

archivo

n°1 / 2

Memoria del arte /

memoria de los medios

n°3

El arte y lo cómico

n°4

Las muertes de las

vanguardias

n°5

Las tapas de

semanarios del siglo

XX

n°6

Estéticas de la vida

cotidiana

n°7

Objetos de la crítica

n°8

Centros y fronteras. El

cine en su tercer siglo

n°9

Dispositivos

mediáticos: los casos

de las tapas de revistas

en papel y en soporte

digital

n°10

Sobre historia y teoría

de la crítica I

búsqueda

Contacto

Comentarios

Suscripción

Dispositivos mediáticos: los casos de las tapas de revistas en papel y en soporte digital

n° 9

dic.2011

semestral

Secciones y artículos [2. Los pasajes: desempeños de las tapas y de las páginas de inicio]

Barcelona on-line: una peculiar invitación a la lectura

Susana Temperley


 abstract
 texto integral
 notas al pie
 autor
 bibliografía
 comentarios

Abstract

El siguiente trabajo se propone dar cuenta de los procesos de producción de sentido involucrados en la portada de las revistas de humor argentinas en su formato on line. Resulta de interés la mirada meta que surge de la propuesta comunicacional fundamentalmente paródica de estos discursos ya que ella se detiene y opera sobre los tres ejes analíticos que permiten dar cuenta del *dispositivo* de las revistas virtuales en su particular funcionamiento. Estos ejes son: las operaciones semióticas puestas en juego, el colectivo de identificación al que dan relieve, los fenómenos transpositivos involucrados. De esta manera, la ponencia se enmarca en el objetivo del proyecto *Dispositivos mediáticos: los casos de las tapas de revistas en papel y en soporte digital*, cuyo objetivo es el de mostrar que las *home pages* constituyen dispositivos autónomos del resto de los componentes textuales de esas publicaciones y de las tapas de las revistas producidas en papel.

Palabras clave

dispositivo, portada, virtualidad, operaciones, transposición, colectivo de identificación

Abstract en inglés

Barcelona On-line: an unusual invitation to reading

The following work intends to report on the production of meaning processes that are involved in the covers of Argentine on line humor magazines. It is of interest to note the meta-view that emerges from the essentially parodying communication proposal of these speeches, since it stops and operates over the three analytic axes that enable to refer to the virtual magazines dispositive in its particular functioning (these axes are: the semiotic operations that are brought into play, the identification group to which they enhance, the transposition phenomena that are involved). Thus, the

presentation is framed into the objective of the project Media Dispositives: the cases of the magazine covers in paper format and in digital format, which purpose is to demonstrate that the covers of the on-line ones constitute dispositives that are autonomous from the other textual components of these publications as well as from the magazine covers that are produced in paper.

Palabras clave

dispositive, cover, virtuality, operations, transposition, identification group



Texto integral

1. Introducción

- 1 Este trabajo se enmarca en el proyecto *Dispositivos mediáticos: los casos de las tapas de revistas "en papel" y en soporte "digital"*, cuyo objetivo es el de indagar en qué medida las homes de las revistas on-line constituyen dispositivos autónomos del resto de los componentes textuales de esos sitios y también, de las tapas de las revistas producidas en papel[1]. Así, las siguientes líneas se circunscriben al caso de la home de *Barcelona* y su clasificación como *portada virtual*.
- 2 En este marco, se expondrán los resultados de un análisis que procede dando cuenta de lo reidero[2] en la home de *Barcelona* virtual[3] a partir de tres ejes analíticos. Estos ejes son:
 - Las operaciones semióticas
 - Los fenómenos transpositivos involucrados
 - El perfil de destinatario al que da relieve

2. Operaciones

- 3 A fin de circunscribir el análisis de la home de *Barcelona* indagando en las operaciones que ésta pone en juego, resulta pertinente estudiar aquellas concernientes a las relaciones vinculares que configuran la home como dispositivo. Antes de abordar el análisis se hace necesario realizar tres señalamientos:
 - a. Al tratarse de un objeto de estudio complejo aparece la necesidad de incorporar al aparato conceptual aquí en uso, las nociones de interfaz e interpenetración tal como las define Verón:

"El desfasaje producción/reconocimiento no es otra cosa que la *interfaz* donde *el sistema de los medios, que opera como entorno de los actores, pone su propia complejidad a disposición de estos últimos, y recíprocamente: el sistema del actor, que opera como entorno del sistema de los medios, pone su complejidad a disposición del sistema de los medios*. Nos encontramos aquí con el concepto de *interpenetración* elaborado por Luhmann en *Social Systems*"[4]
 - Desde este enfoque, podemos entender la home de *Barcelona* como interfaz[5] que vincula el sistema mediático y el sistema de consumo.
 - b. Así como las tapas de las revistas en soporte papel presentan diferentes instancias de funcionamiento: exhibición (en el kiosco) – lectura – almacenamiento[6], en el caso de las homes de las versiones virtuales, detectamos dos de estas instancias, específicamente las de exhibición y lectura[7]. Observamos, además, que en estas homes la exhibición y la lectura se producen en una relación que podríamos denominar de acople pues ellas aparecen frente al usuario como *puerta de entrada*[8] y, al mismo tiempo como cartografía orientadora de la lectura (esta puede desarrollarse casi de forma inmediata en el momento de apertura de la página). Por lo

tanto, consideramos a esta superficie como interfaz que articula operaciones de funcionamiento en la instancia exhibición- lectura.

c.Sin embargo, no es el único conjunto de operaciones que exhibe, pues la home de *Barcelona* presenta un rasgo diferencial: el elemento paródico se presenta como recurso predominante para *suscitar risa*. Ahora bien, si tomamos la definición de parodia de Bajtín como una forma de polifonía, podemos indagar en las operaciones polifónicas en el caso de la home de *Barcelona* virtual y en el modo en que estas se suman al funcionamiento de la interfaz y determinan un incremento del espesor operatorio de reenvíos.

2.1 Casos

- 4 A fin de dar cuenta de este espesor de la home de *Barcelona* online como interfaz, podemos caracterizar al menos tres tipos de complejos operatorios y la consecuente habilitación de ciertos efectos de sentido en reconocimiento.

a.Primer tendencia: Intertextualidad y auto-referencialidad

- 5 Caso: Se observa un recuadro en el margen superior derecho de la home, a continuación del nombre *Barcelona*, que versa: "Mundial 2010 Faltan – 18 días".



Figura 1

- 6 Aquí se hace evidente una cita al contador característico de Crónica pero además, la mención del "-18 días" habilita el efecto paródico. Por otra parte la ubicación del recuadro mencionado da lugar a una operación del orden del dispositivo. Puesto que este fragmento funciona efectivamente como parte del encabezado de la home (acompaña el nombre y slogan que ocupan el espacio superior), el efecto de sentido que habilita, más allá de la parodia, es el de: "esta home es una verdadera home" de un medio on-line. Se trata aquí de instaurar un ejercicio cognitivo consistente en reconocer el discurso citado, comprender la burla y en simultáneo otorgar validez de *home* a la superficie textual.

b. Segunda tendencia: parodización volcada a la instancia de reconocimiento

- 7 Caso: Sección "¿Qué mediático le gustaría ser?" es una encuesta con posibilidad de elegir varias opciones (nombres de diferentes celebridades).

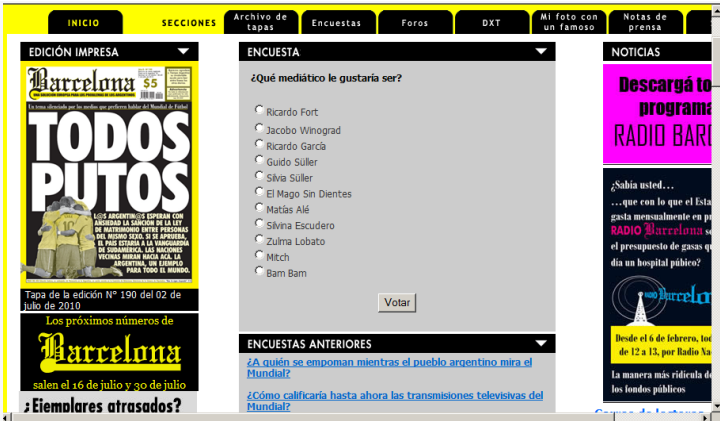


Figura 2

- 8 En este caso la operación consiste en posicionar al sitio como publicación popular de espectáculos y definir al lectorado como consumidor de este tipo de prensa. En paralelo, otra operación –esta del orden del dispositivo- habilita el efecto de sentido: *verdadera home de medio on-line* y, además, genera una invitación a la participación activa del lector a través de su respuesta. En este nivel, las operaciones se asientan sobre la interfaz exhibición-lectura en su carácter interactivo.
- 9 El mismo carácter de pliegue de operaciones (operación polifónica y del orden del dispositivo) se observa en la sección "Mi foto con un famoso", que invita al lector de la home a participar enviando una fotografía sometida a trucaje digital. Las imágenes muestran al lector junto a iconos de la cultura y el arte (ej., una foto retrato trucada donde se ve un consumidor de Barcelona online posando junto a los Beatles. El epígrafe versa "La banda que tenía en el secundario con unos amigos"). Aquí, ambos conjuntos operatorios permiten dar cuenta de un efecto del sentido global: "nuestros lectores se unen a nosotros para producir humor".



Figura 3

- c. Tercera tendencia: puesta en relieve de la asimetría entre producción y reconocimiento
- 10 Caso: segmento que ofrece la posibilidad de recibir los ejemplares atrasados mediante la imagen de la tapa de la revista (en papel) y las leyendas "¿Ejemplares atrasados? Envíos a todo el país y el mundo. Pídalos aquí".



Figura 4

- 11 También aquí se superponen las metaoperaciones polifónicas y las correspondientes al dispositivo (específicamente, la relación "interactiva" entre sitio y lector) pues, por una parte, el medio se parodia a sí mismo, atribuyéndose el estatuto de una publicación de llegada internacional pero, por otra, habilita efectivamente la posibilidad de pedir los ejemplares atrasados de *Barcelona* en formato papel.
- 12 Sin embargo, de todo ello resulta un reconocimiento (posible) también del orden de lo metadiscursivo que consiste en la pregunta *¿llegará al exterior verdaderamente?* Se habilita la duda, por parte del lector, entre "lo posible" y "la broma".
- 13 Otro ejemplo que pone de relieve la asimetría entre producción y reconocimiento consiste en la sección de publicidad de *Radio Barcelona*, que versa: "Descargá todos los contenidos de Radio Barcelona" y luego (con un cambio de tono) "¿Sabía usted que con lo que el Estado nacional gasta mensualmente en producir Radio Barcelona se podría cubrir el presupuesto de gasas que utiliza en un día un hospital público?"; y como cierre "Desde el 6 de febrero todos los sábados de 12 a 13 por *Radio Nacional AM870*. La manera más ridícula de despilfarrar los fondos públicos". Aquí también, se abre la posibilidad de la duda (¿Será cierto lo que dice la leyenda? ¿Será *corrupta* Barcelona?).
- 14 Los dos últimos casos presentados constituyen buenos ejemplos de asimetría - o en todo caso, de una operación de parodia de la asimetría entre producción y reconocimiento- pues en reconocimiento no necesariamente se leerá el posicionamiento del lector y su rol participativo en la parodia, establecidos en producción. Además, en ambos casos, el pliegue de interfaces habilita los efectos de sentido que podemos denominar *de auto-referencialidad*. Aparece, de este modo, la parodia de *Barcelona* hacia sí misma como medio de comunicación *deshonesto* pero también se presenta como una publicación que invita a escuchar de forma efectiva los programas de su radio. Se trata de una verdadera invitación que promueve el orden el dispositivo.
- 15 En síntesis, se pudieron detectar tres tendencias que involucran operaciones polifónicas y operaciones que recaen en el funcionamiento del dispositivo, que denominamos:
 1. Intertextualidad y auto-referencialidad
 2. Parodización volcada a la instancia de reconocimiento
 3. Puesta en relieve y parodización de la asimetría entre producción y reconocimiento
- 16 Ahora bien, con respecto a la línea de operaciones del orden del dispositivo (en tanto refieren a la home y su funcionamiento como tal), es posible observar una línea aditiva desde la primera tendencia a la tercera: en la primera, la operación recae sobre la presentación de la home como *puerta de entrada*; en la segunda, además de esta presentación de la home como puerta de entrada, se produce una invitación al feedback por parte del destinatario; mientras que, en la tercera, encontramos todo esto más la puesta a prueba del vínculo cómplice del lectorado y *Barcelona* a través del juego de distancias entre el sentido habilitado en producción y los posibles reconocimientos.

3. Transposición^[9]

- 17 Otro eje analítico pertinente para dar cuenta de la home de *Barcelona* como dispositivo es el que corresponde a las operaciones de transposición que habilita. De entrada, puede percibirse la asociación estilística del encabezado con el de la tapa de la revista (se replica el nombre y slogan con la utilización de idéntico diseño tipográfico y el color amarillo de fondo, rasgo distintivo de *Barcelona*). Es decir, que en una primera mirada se reconoce la *identidad Barcelona* en esta home.
- 18 Sin embargo, al indagar en la propuesta comunicacional, se observa que *Barcelona* online no se configura a partir de los mismos géneros ^[10] de la revista, y tal aspecto se manifiesta de entrada, en las diferencias entre la tapa papel y la home. En la primera, se anuncian y prometen noticias y artículos dispuestos para su lectura mientras que en la tapa digital se presentan encuestas, adivinanzas, claims, etc. (se trata de pequeños segmentos caracterizados por texto escaso) que invitan al feedback inmediato con sólo clicar en la misma página de inicio. De este modo, la organización interactiva de superficie toma primacía dejando en segundo plano las remisiones a un interior (al contenido propiamente de lectura). Esto se observa incluso en la ubicación relegada de links de notas o críticas, pues tales secciones se encuentran al final de la home (es decir, que el usuario no las percibe sin hacer scroll hacia abajo).

- 19 Desde este punto de vista, esta *puerta de entrada* no es tal pues no tiene como función primaria la de guiar hacia un interior sino que se parece más a un tablero de entretenimiento interactivo. Se trata entonces, de un dispositivo diferente, con una función vincular específica.
- 20 Ahora bien, esta diferenciación: ¿qué aspectos permite observar acerca de la naturaleza de los vínculos que propone la home de *Barcelona* en comparación con los de la tapa de la revista? En este punto es posible apreciar un movimiento de reflexividad que involucra el orden del dispositivo, que es común entre ambas (y que contribuye a la identidad Barcelona de la home): una parodia su propia condición de home así como la otra parodia su función de puerta de entrada a la revista[11]. Tal aspecto se observa por ejemplo, en el modo en que recrea la sección de reenvío a links externos, propio de las homes de medios cuya función es la de sugerir la visita a estos sitios. En el caso de *Barcelona* on-line, esto se hace presente en la sección "Amigos de Barcelona" con links que incluyen desde Google al sitio del Gobierno de las Islas Malvinas, el de la CIA, la Sociedad Rural Argentina, el "Álbum Blanco, el diario de un hinchado de All Boys" y el sitio del "Conjunto Falopa". Al apreciar la índole de las instituciones que aparecen sin otro criterio más que la organización como lista, se observa que detrás de estas direcciones se patentiza un modo de ironizar el propio posicionamiento.

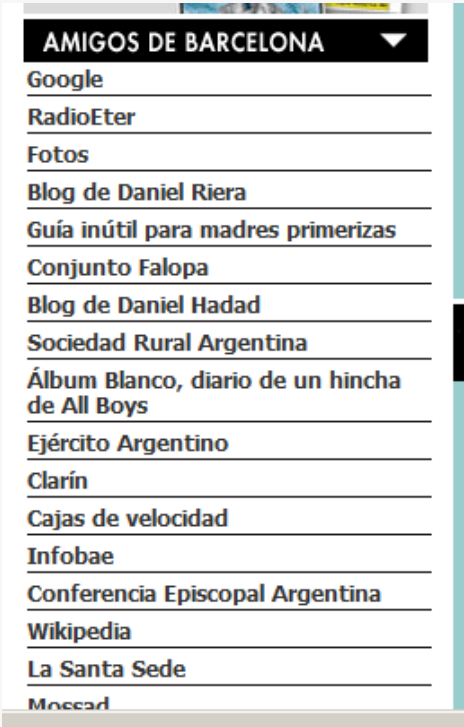


Figura 5

- 21 Sin embargo, el rasgo distintivo de la *home* con respecto a la *tapa* se hace presente pues aquí no encontramos una propuesta de lectura de un texto (función de tapa como invitación a la lectura de un contenido) sino la de una superficie que se ofrece para ser intervenida. Se evidencia, así, la heterogénea naturaleza del vínculo medio-receptor. Esta diferencia puede ser caracterizada a partir de reflexiones formuladas por Betettini (1998):
- "...la textualidad producida por la tecnología informática no puede ser considerada como un sistema cerrado de signos sino como una acción in fieri. La interacción hombre-máquina se coloca en una posición intermedia entre la conversación textual de naturaleza simbólica (inmanente en cada texto y situada en la relación entre dos sujetos simbólicos – el enunciador y el enunciatario), y un intercambio comunicativo concreto".
- 22 Desde este punto de vista, la propuesta comunicacional de la home de *Barcelona* configura el lugar del destinatario como productor de humor, proponiendo una gramática de reconocimiento que incluya en su respuesta (feedback) la generación de parodia.

4. Perfil del destinatario

- 23 En primer lugar hemos de considerar que más allá de parodiar los acontecimientos que conforman la *actualidad* construida por los medios de comunicación, y de presentarse estilísticamente como extensión de la revista en papel, la home de *Barcelona* on-line se presenta como la ya señalada superficie (una especie de tablero) de entretenimiento interactivo. Ahora el objetivo consiste en definir como es el perfil de aquel actor que intervendrá con su (posible) feedback al proceso de comunicación. Así, surge la necesidad de repensar la pertinencia en el uso del concepto de "lector" pues en los casos en que este es invitado a la interacción inmediata con la superficie textual (ingresando a los links y botones sugeridos, eligiendo entre las opciones que ofrecen las encuestas e incluso subiendo una foto trucada por él mismo), el término parece ser insuficiente. Para definir a este "interlocutor" aparece como posibilidad (provisoria) el concepto de *usuario*.
- 24 Ahora bien, el foco de interés aquí reside en las exigencias técnicas y los procesos cognitivos relacionados con su lugar de interlocutor activo. Desde este enfoque, el sujeto no es un simple *reconocedor* de parodia (títulos de noticias y artículos) sino que también interviene como generador de risa e incluso puede considerarse como núcleo del proceso de producción de sentido cuando:
- El sujeto y su respuesta interactiva pueden aparecer como el foco de la parodia, como en el caso "¿Qué mediático le gustaría ser?": el humor depende aquí de operaciones cognitivas que involucran la lectura de la lista de opciones. Luego, se habilita un posible reconocimiento del tipo "¿por qué creen que querría ser alguno de estos personajes?".
 - El usuario mismo genera la operación de parodia, como en el caso "Mi foto con un famoso", donde la foto y el epígrafe son aportes efectivos que el usuario realiza en la home.
- 25 Así, podemos postular que la construcción de un destinatario por parte de la home de *Barcelona* pasa, en gran medida, por esta ubicación del lector-usuario como formando parte de la interfaz y a partir de ello, la habilitación de relecturas y de chistes[12]. En otras palabras, más allá de la exigencia de ciertos saberes sobre la *actualidad* o incluso de reconocer a la home como un producto con identidad *Barcelona* (por asociación estilística con la revista), al construir el perfil de lector-usuario aparece la exigencia de ciertas competencias paralingüísticas relativas al funcionamiento de la home como dispositivo y a continuación, el conocimiento de un código que permita alcanzar la comprensión de la broma sobre este complejo operatorio y sobre el mismo lector-usuario como parte de él.
- 26 En síntesis, es posible delinear las características que, en el nivel del dispositivo, configuran al usuario. Éstas son:
- El hecho de no ser ya un lector a secas sino que ahora se trata de un lector- usuario.
 - Que participa de forma activa de un conjunto de procesos de interpenetración entre sistemas.
 - El mismo sabe que forma parte nuclear de una interfaz y eso le permite participar en la parodia de la misma.

5. Observaciones finales

- 27 Al realizar una última reflexión sobre el caso analizado se concluye como particularidad de esta home, la de detentar un rasgo de género, situado en el dispositivo, pues, a partir de las operaciones meta que se manifiestan en diferentes niveles de organización, este se pone de relieve permanentemente como parte de lo reidero (la risa se suscita en una referencia al dispositivo de otras homes de revistas on-line; al propio lugar de dispositivo y/o al lugar del reconocimiento, es decir al del usuario que se reconoce participando en una interfaz). Se patentiza así, el privilegio de las homes *de humor* de tematizar en cada una de sus operaciones no sólo el funcionamiento de otras homes como dispositivos sino también su propio funcionamiento como tal.

Notas al pie

- [1] Para Traversa, las tapas constituyen un vínculo singular entre el *medio* en su conjunto y los actores sociales, que pueden o no acceder al *todo* textual que acompaña a ese componente. Así, "...la noción de dispositivo, que para el caso de las tapas sería susceptible de ser pensada como un *operador de separación* de los componentes del tejido semiótico (...) comportan siempre un doble reenvío: hacia el exterior del medio y hacia su interior; papel que cumplen con propósitos no homogéneos diferentes artefactos: ¿filtros?, ¿interfaces?, ¿membranas? No es prudente clausurar esta discusión" (O. Traversa, 2009:50).
- [2] "El término es acuñado para indicar un fenómeno genérico: existen cosas y sucesos del mundo –entre ellos tapas de revistas- que suscitan risa". En el caso de lo reidero y los medios de comunicación Traversa señala una observación de Steimberg (2001): "... los *lugares* estipulados por Freud, para las relaciones cara a cara del chiste, lo cómico o el humor son ocupados, seguramente de modos diferentes, según el sitio y características del medio de que se trate" (Traversa, 2009:7).
- [3] El corpus seleccionado para el análisis corresponde a las ediciones de mayo a setiembre de 2010.
- [4] "La interpenetración no es una relación general entre sistema y entorno, sino una relación intersistema entre sistemas que son entorno uno para el otro. (...) Hablamos de 'penetración' si un sistema *produce* su propia *complejidad* (y con ella la indeterminación, la contingencia y la presión selectiva) *como disponible para la construcción de otro sistema*. Precisamente, en este sentido, los sistemas sociales presuponen la "vida". Ahora, la interpenetración existe cuando esto se produce de manera recíproca, es decir cuando los dos sistemas se vuelven disponibles el uno para el otro, introduciendo su propia complejidad ya constituida en el otro" (Luhmann, 1995, p. 213 citado en En Boutaud, J. y Verón, E., 2007 :11).
- [5] Entendida como la instancia donde se encuentran dos sistemas para interrelacionarse.
- [6] Cingolani (2009:6)
- [7] Cuando se ingresa al sitio por la home, se habilitan dos vínculos diferenciados: 1- el de contacto entre medio y destinatario; 2- el de guía de la lectura (trazado de un recorrido). Con respecto a la función de almacenamiento consideramos que el archivo y la colección de revistas en papel presentan estatutos no asimilables al caso de las homes, dada la naturaleza digital de estas últimas, por lo tanto esta tercera instancia queda aquí relativizada.
- [8] Teniendo en cuenta que, el ingreso a una publicación virtual puede realizarse por otras vías, por ej., a través de un buscador, y no sólo por la home; es decir que ésta no es única puerta de entrada al sitio.
- [9] Verón (1988).
- [10] El concepto *Transposición* remite al pasaje de un discurso de un medio, soporte o lenguaje a otro (la novela al cine por ejemplo). Ver Oscar Steimberg (1998)
- [11] Verón (1998 [2004]: 193).
- [12] La tapa en papel parodia una tapa "sensacionalista".
- [13] La herramienta digital permite no sólo otros tipos de participación sino una verdadera inversión de roles: el que estaba del otro lado de la frontera (tapa/home) puede pasar adentro. Antes lector = afuera / personajes = adentro. Ahora se crea un canal de entrada y salida fluido. Esto implica toda una serie de cambios de estatuto de distinta índole...; por ej., ahora, él mismo es condición de producción de lo risible. La simetría así, se lleva al más alto grado.



Bibliografía

Bettetini, J. y Colombo, F. (1998), *Le nuove tecnologie della comunicazione*, Milano: Strumenti Bompiani, (Trad : Carla Ornani). Buenos Aires : Material de circulación interna Proyecto *Dispositivos mediáticos: los casos de las tapas de revistas "en papel" y en soporte "digital"*.

Boutaud, J y Verón, E. (2007) "Del sujeto a los actores. La semiótica abierta a las interfaces" *Sémiotique ouverte. Itinéraires sémiotiques en communication*, Paris : Lavoisier, Hermès Science.

Cingolani, G. (2009)"Tapas de semanarios: operaciones enunciativas en sus tres emplazamientos", en *Figuraciones N°5* Buenos Aires: Crítica de Artes, IUNA.

Steimberg, O. (1993) *Semiótica de los medios masivos*. Buenos Aires: Ediciones Culturales Argentinas.

Traversa, O. (2009) "Por qué y cómo estudiar las tapas de las revistas: el papel de la noción de Dispositivo", en: *Figuraciones N°5*, Buenos Aires: Crítica de Arte, IUNA

Verón, E. (1998 [2004]) "Prensa gráfica y teoría de los discursos sociales: producción, recepción, regulación", en: *Fragmentos de un tejido*. Barcelona: Gedisa.

__ "Cuando leer es hacer: la enunciación en el discurso de la prensa gráfica" en: *Fragmentos de un tejido*. Barcelona: Gedisa

__ (1993) *La semiosis social*. Barcelona: Gedisa



Autor/es

Susana Temperley es profesora en el Área Transdepartamental de Crítica de Artes del IUNA donde dicta las materias de Semiótica y Teoría de la Comunicación y Semiótica General. Licenciada en Comunicación Social (UBA) y ha recibido el título de posgrado de la Especialización en Textos Críticos y Difusión mediática de las Artes (IUNA). Forma parte del equipo de investigación del Proyecto “Dispositivos mediáticos” dirigido por el Dr. Oscar Traversa (Área: Crítica de Artes del IUNA).

stemperley@hotmail.com

<http://www.revistafiguraciones.com.ar>
Instituto Universitario Nacional de Arte - IUNA Crítica de Artes
Yatay 843 (C1184ADO) Ciudad Autónoma de Buenos Aires 54 011 4861.0324



Realizar comentario

Comentario

Nombre y apellido

E-mail

Referencias personales (opcional)

Enviar